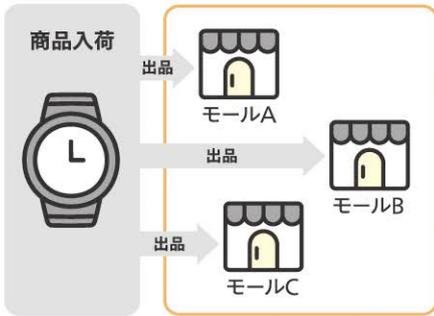


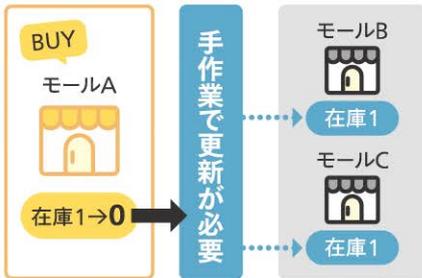
Before

ECモールごとに商品を登録する必要があった



一括で登録できれば
楽なのにな...

出品作業に手間と時間がかかっていた



売り越しはトラブルの
もとになってしまう...



手作業での在庫管理に限界を感じていた

モールA
モールB
モールC



価格競争に
巻き込まれない
ように出店数を
増やしたいな...

NEWモール



商品の露出機会を増やしたい

事例に学ぶ

AREA-R

CASE 50 導入

フリマ/ECモール一元管理システム

セルモア

初期費用 **0円** + 月額 **5,500円**~

※月額費用は受注数に応じて変動します。

導入の決め手:

- ・固定費用が抑えられるため



AREA-R

エリアールショップ

エリアール株式会社

〒761-0113
高松市屋島西町2300番地10
TEL:087-813-5030
URL:https://arear.co.jp

ホームページ



大手ECモールを中心にリユース品の腕時計を販売。人気ブランドをはじめ希少品などさまざまなシリーズやモデルの腕時計を取り扱っています。

エリアール株式会社は複数の大手モール型ECサイトにて高級ブランド品の中古腕時計を取り扱う古物商。良いものを長く使っていたきたいという思いでハイブランド商品をお手頃価格で提供しています。

創業当初は2店舗のモール運用から開始。商品登録や価格変更などモール運用全般を手動で管理していました。「当社では商品の露出機会を増やすため、同一商品を複数モールへ出品しています。当時はシステムを導入しておらず、各モールごとの仕様に合わせ商品ページを作成することが当たり前でした。また、当社の商品は一点ものほとんど。在庫数更新も手作業でしたから深夜帯に売り越しが生じることもありました。お客さまにご不便をかけないようにと常に気を張っている状態が続く、人の手だけでモールを運用していくことに少しずつ難

フリマ／ECモール一元管理システム セルモア

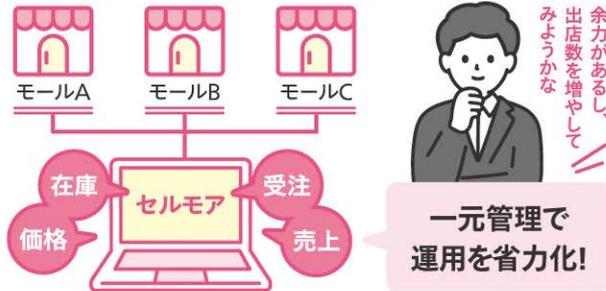
エリアール株式会社のECモール
(メルカリShops店)はこちら!

ポイント

- 複数モールへの同時出品、価格の一括管理、在庫連動
- 各モールで受注した商品情報の一覧表示
- 発送商品の顧客情報をボタン一つで書き出し
- 販売時に発生したクーポン割引や手数料などを細かく計算し、正確な売り上げ管理ができる
- 受注データをもとに納品書の自動作成 etc



複数モール運用をシステム1つで一元管理



複数モールの在庫数がリアルタイムで更新



効果を実感!

経営者コメント

今回導入したフリマ／ECモール一元管理システムは受注件数に応じた料金プランが用意されています。そのため、1商品あたりの単価が高く、受注件数が少なめの事業所には特におすすめ。月々の固定費を抑えつつ、効果が実感しやすいと思います。また、このシステムはシンプルな作りをしていて直感的な操作が可能。EC事業へ初挑戦する方にも運用しやすいシステムです。



エリアール株式会社
代表取締役

池内 高大 さん

効果1 ECモールの運用コストが削減

1商品あたりの出品作業時間が15分ほどで終わるようになった。また、在庫連動のタイムラグがなくなったことで売り越しを未然に防ぎ、トラブルを回避することができている。

効果2 ECモールの出店数&売上増

複数のECモールが効率的に運用できるようになり、出店数を少しずつ増やすことができています。商品の露出機会が増えたことで売り上げもアップした。

効果3 企業成長に向けた市場開拓に着手できるように

システムを導入したことで国内ECモールに加え、海外向け越境ECモールにも挑戦することができている。また、企業成長に向けて新たな市場や販路の開拓などに時間がかけられるようになった。

商品は随時更新されています。人気商品は登録直後に即完売となってしまうことも多々あるそうです!



しさを感じはじめたんです。今後、さらに展開モールを増やしていくためにも「Tツール導入を検討するようになりました」と池内社長。

2022年に同社が導入したのは複数のECモールの運用を一元管理するシステム。対応モールへの一括出品ができるようになったことで、商品登録にかかる作業時間を大幅に削減することができています。また、創業から約4年間で2店舗から7店舗へと出店モール数を確実に増やし、売上アップにもつながっています。「このシステムを導入したことで、今後の経営方針、新たな市場や販路開拓についてじっくりと考える時間が確保できています。昨年から主に米国向けの販売をスタート。現在、当社の柱となりつつあります。また、今年9月からは新たに欧州向けの越境ECモールへの出店を実現しました。今後も国内需要のみならず海外への販売を重点的に行うことで、海外向けの販売比率を高めていきたいと考えています」と池内社長。ECサイト一元管理システムの導入は企業成長の一翼を担っています。